

## ABSTRAK

**Agus Kuswandi (1305691), “Meningkatkan Niat Berkunjung Wisatawan Di Museum Konperensi Asia Afrika Melalui Museum Virtual”** (Survei Terhadap Wisatawan Nusantara Yang Pernah Berkunjung Ke Museum Virtual Museum Konperensi Asia Afrika), di bawah bimbingan HP. Diyah Setiyorini, MM. dan Yeni Yuniawati, S.Pd., MM.

Industri pariwisata sangat pesat perkembangannya hal tersebut menjadi alat untuk meningkatkan perekonomian suatu negara. Setiap Perusahaan yang bergerak dalam bidang pariwisata perlu memahami perilaku wisatawan dalam hal ini niat berkunjung wisatawan guna meningkatkan pengembangan pemasaran dan strategi operasionalnya. Permasalahan yang sedang dihadapi oleh destinasi wisata dalam hal ini museum pada saat ini adalah masih rendahnya niat berkunjung wisatawan, ini terjadi pada destinasi wisata *heritage* salah satunya adalah Museum Konperensi Asia Afrika. Museum Konperensi Asia Afrika sebagai destinasi wisata *heritage* merupakan museum peninggalan bersejarah yang sangat berharga, destinasi wisata berbasis sejarah yang sekarang mulai menggabungkan teknologi dan rekreasi guna menarik wisatawan untuk berniat mengunjungi museum. Museum Konperensi Asia Afrika selalu berupaya untuk meningkatkan niat kunjungan wisatawan dengan menerapkan museum virtual pada destinasinya. Dalam penelitian ini variabel independen (X) yang digunakan yaitu museum virtual yang terdiri dari *attitudes toward museum, sense of telepresence, involvement, interest in art, interest in new technologies, frequency of museum visits and internet use and interaction in virtual environments*. Variabel dependen (Y) yaitu niat berkunjung. Penelitian ini menggunakan konsep museum virtual menurut James E. Katz & Daniel Halpern (2015, hlm. 788) bahwa *a virtual tour, visitors can recreate many aspects of a physical visit and navigate through accurately depicted (“real”) rooms of a museum, and exerting a greater control over exposure to the collections, we predict that users will consider these experiences as more direct than reproductions of artworks that are displayed as images in a flat, HTML form*. Sedangkan untuk konsep niat berkunjung yaitu *The purchase intention is subject to willing purchase, considering phurchase and recommendation phurchase* (Essmaeel Roozy et, all., 2014: 213). Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif dengan metode yang digunakan adalah *explanatory survey* dan pendekatan *cross sectional*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yaitu wisatawan yang pernah berkunjung ke Museum Virtual Konperensi Asia Afrika dengan *systematic random sampling*. Teknik analisis data dan uji hipotesis yang digunakan adalah Regresi Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa museum virtual memberikan pengaruh terhadap niat berkunjung wisatawan.

**Kata Kunci:** *Virtual Museum, Visit Intentions, Museum Konperensi Asia Afrika.*